

おいしさに真心こめて

—生産者の顔が見える製品作りと産地からの消費拡大を目指して—

赤石水産漁業協同組合
青年漁業士 松山 和江

1. 地域の概要

私が住む鱒ヶ沢町は青森県の日本海側に位置し、世界遺産白神山地の広大なブナ林を有する自然豊かな地域である。赤石地区沿岸では、白神山地を源とする清流赤石川から供給される豊富な栄養塩が魚介類を育み、豊かな漁場をつくり出している。

同地区には、日本の滝百選にも選ばれた「くろくまの滝」や津軽氏発祥の地として知られる「種里城跡」などの名所旧跡がある他、赤石川の清流で育まれた「金アユ」を求めて、多くの観光客が訪れる。



図-1 鱒ヶ沢町赤石地区の位置図

2. 漁業の概要

赤石水産漁業協同組合は、正組合員数 43 名、準組合員数 336 名の計 379 名で構成されている。平成 22 年度の漁獲量は 105 トン、漁獲金額は 5,193 万円となっている。

主な漁業は、定置漁業の一種である底建網漁業で、ヤリイカ、ヒラメが主要な漁獲対象種となっている。その他、サザエや海藻類を対象とした磯根漁業なども営まれている。

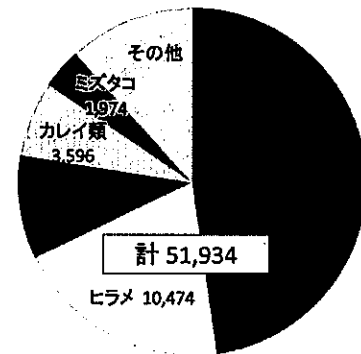


図-2 赤石水産漁協の魚種別漁獲金額 (H22;千円)

3. 研究・実践活動取組課題選定の動機

私の家では漁業と農業を兼業で営んでおり、漁業については、底建網漁業と磯根漁業を行っている。底建網では、ヤリイカやヒラメなど単価が比較的高い魚種の他に、ホッケ、ウマヅラハギなど市場での評価があまり高くない魚種も多く漁獲される。

また、数量がまとまらなかつたり、漁獲されるサイズが小さいイシダイやアジなどの魚も少なくない。

こうした魚は、通常市場へ出荷されずに、漁業者の家庭で工夫をこらした料理として自家消費されている。

これらの料理を製品として一般の消費者にも味わってもらい、市場で評価の低い魚介類についても、消費者にもっと目を向けてほしいと考えるようになった。

4. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 産直施設での販売

まず初めに、地魚の良さを地元町内の人たちに広めていきたいと考え、平成12年から、鱈ヶ沢町の朝市・夕市に参加し、週に2回、水産物を販売するようになった。鮮魚の他、新鮮な魚介類を使った製品を出してみたところ、予想以上に好評で、産地であっても、魚介類に対する需要がかなりあることがわかった。また、販売する者としては、何より現金での収入になることがうれしかった。

平成14年に、町内に産直施設、海の駅「わんど」がオープンしたことがきっかけで、魚介類の加工品や惣菜などの製造に本格的に取り組み、施設内の「あじ・彩・感」で販売を開始した。

販売活動を進める中で、手を加えない鮮魚よりも、皮を剥いだウマヅラハギ、そのまま食べられるイカめしなど、手を加えて食べやすくしたものの売り上げが良いとわかった。

売り上げは順調に伸び、平成22年の売り上げは約400万円となった。

「あじ・彩・感」の産直システムでは、ありがたいことに、3時間ごとに携帯電話のメールで、出品した物の売れ行き、在庫の連絡が来る。これによって売れ筋商品を把握でき、出品計画に役立てることができた。さらに、年1回の総会時に年間の売り上げの上位5名が表彰されるため、出品者にとって大きな励みとなった。

「あじ・彩・感」には、町内の他、県内の他の市町村や県外からの観光客が多数訪れる。また、店内での販売の他、給食センターや保育所、地元仕出し店へ食材を提供するなど、幅広い形で地産・地消が行われている。

(2) 安全・安心な製品作りを目指して

消費者に食品を提供していく以上、きちんとした衛生管理をしなければならないため、惣菜製造業、魚介類販売業などの許可を取得した。

これまで手掛けた主な製品は、イカめし、ハタハタなどの飯ずし、エゴ天、カワハギ（ウマヅラハギ）の乾物など（表1）である。わが家の強みは、夫が獲ってくる海の幸や自家栽培の米や野菜を使って作っていることである。



写真-1 産直施設への出品

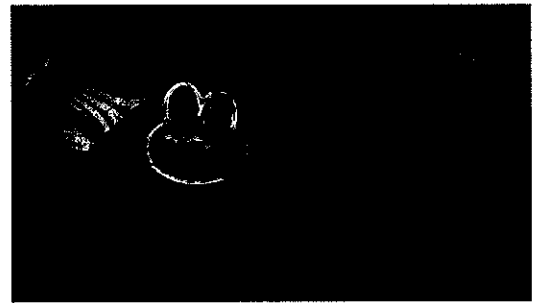


写真-2 イカめし

(原材料は、ほぼ100%自家生産！)

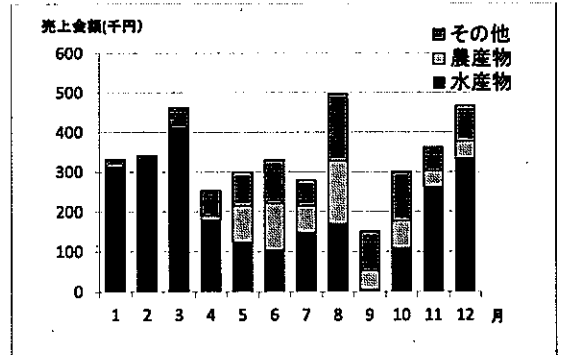


図-3 平成22年の月別販売実績

製品開発にあたっては、家族でアイデアを出し合っって試作品を作り、生協の品評会や町で行われる料理・加工品のコンクールに出品して評価を受けた。

味付けや食感などについては、自分たちで良いと思っけていても、「しょっぱすぎる」、「骨が気になる」などといった評価を受けることがあり、消費者に受け入れられる製品を作るには、客観的な評価を受けることが必要であると感じた。

衛生管理を徹底すること、なるべく添加物を使わないことを心がけ、10年余りの試行錯誤を経て、ようやく生産者の顔が見える安全・安心な製品として自信を持って提供することができるようになった。

製品には、夫と自分の似顔絵をデザインしたシールを貼ることにした。最近では、このシールを目印に買ってくださるお客様も出てきた。いいかげんなものを出して、お客様に迷惑をかけたたり、評判を落としてほならないと、初心を忘れずに、製品作りに励んでいる。

(3) イベントでの販売活動

産直施設での販売は安定しているが、消費者からいろいろな意見を直接聞いて商品開発に生かしていききたいという思いもあった。

このため、鯨ヶ沢町内や周辺市町村で開催される直販を柱としたイベントにも積極的に参加している。平成23年6月から10月にかけては、鯨ヶ沢町の隣接市である五所川原市の「やってまれ軽トラ市」に参加した。

このイベントは昨年度（平成21年度）から本格的に開催されているもので、6～10月までの期間、月1回、五所川原市の中心街で開かれている。生産者が軽トラックで農産物や水産物を持ち寄り、直接販売している。今年は2年目を迎え、ニュースでも取り上げられるなど、知名度が高まり、さらに来場者が増加した。

水産物の販売は、衛生管理上、パック詰めした加工品や惣菜などに限られるが、お客様と対面販売することで、自分の商品をPRしたり、お客様の意見を直接聞いたりすることができ、自分にとっても非常に有意義な活動になっている。

表-1 販売している主な製品

魚種	製品	価格(円)	販売時期(月)
スルメイカ	イカめし	300	5~12
	飯ずし	200	
	イカ焼きそば	300	
	煮付け	300	
サケ	飯ずし	300	11~4
	氷頭ナマス	250	
	とば	300	
ハタハタ	飯ずし	300	11~5
	一夜干し	250	
ホッケ	生干し	300	2~5
	干物	250	
	乾燥・しょう油漬け	250	
ウマヅラハギ	干物	500	12~3
	飯ずし	300	
	煎餅	100	
その他	サメなます	300	10~12
	サザエの磯煮	500	7~9
	エゴ天	250	7~9
	岩モズク	200	7~8
	飯ずし(アジ等)	300	12~5
	調理済魚	250~1000	周年(夏季を除く)



図-4 商品に添付するステッカー

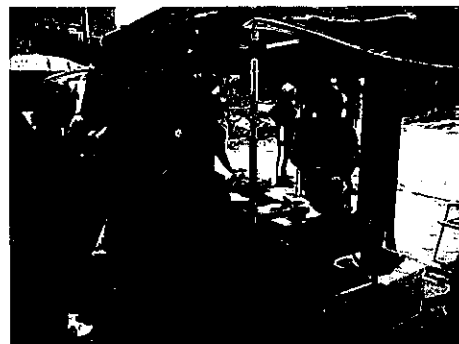


写真-3 やってまれ軽トラ市での販売

(4)食育に関する活動

私が住む鱒ヶ沢町赤石地区では、漁業や農業が主な産業となっているが、学校のPTA活動に参加して、「地元の子供たちでも意外に魚の食べ方を知らない」と痛感した。

中には、「生きた魚介類に触ったことがない」という子供たちさえいる。

こうした中、他の母親たちと、地元で獲れる水産物や農産物を使った料理教室を開こうという話になった。平成10年に、PTAの母親同士のグループを作り、地元小学校で活動している。

料理教室では、様々な食材を取り上げたが、水産物では、地元で獲れるサケを教材に実習を行った。まず、地元赤石川のふ化場でサケの採卵体験を行った後、魚体の捌き方の実習、トバの加工体験などを行い、最後は三平汁を作って、皆で味わった。

これまでの活動を通して、地域で獲れる魚に関する知識や伝統料理を、若い世代に伝えていくことが大切であるとあらためて感じた。また、私が住む鱒ヶ沢町は、海・山・川など、豊かな自然に恵まれた、食材の宝庫であると感じた。このような食材をまず、地域の住民が積極的に活用していく必要があると考えている。

(5)ブログによる情報発信

産直施設での販売や地元で食育活動を行うほか、地域外へ積極的に情報発信していくことが必要であると考える。季節ごとに漁獲される旬の魚介類や、単価が安くてもおいしい魚介類の良さを、都会の人たちにも知ってもらいたいと考えていたところ、娘から、ブログを通じてPRしてはどうかとの提案があった。更新は専ら娘に頼りっきりであるが、自分の商品のPRのみならず、他の市町村や県外の人たちに鱒ヶ沢町へ足を運んでもらって、地元のおいしい魚介類を食べてもらい、その良さが口コミで広がればと考えている。



写真-4 サケの採卵体験

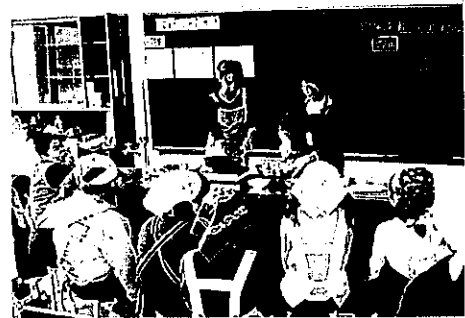


写真-5 地元小学校での料理教室

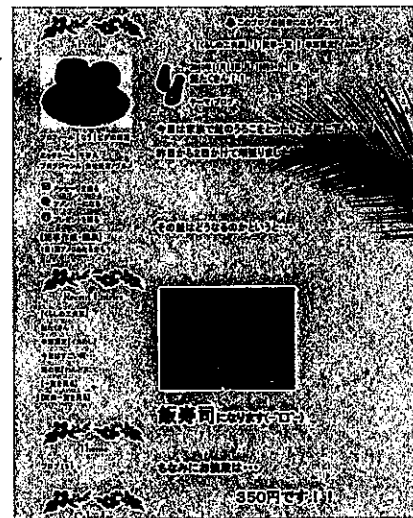


図-5 ブログによる情報発信

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ヤリイカ	→											←
ヒラメ				→							←	
ウマヅラハギ	→			→							←	
カレイ類	→											←
ミズダコ	→											←
ホッケ		→										
マダイ		→									←	
ソイ類				→								
マダラ	→											
キアコウ	→											
ハタハタ												←
サザエ、ウニ、海藻類						→						

図-6 鯨ヶ沢町赤石地区で漁獲される主な魚介類とその時期

5. 波及効果

これまでの取り組みを通して、生産地においても魚介類の需要がかなりあると、あらためて知った。流通形態の変化などにより、産地であっても地元で獲れた安くておいしい魚介類を気軽に入手できない状況にある。また、近年、魚離れや魚価の低迷が進む中で、生の魚介類よりも、一つ手を加えて、食べやすいものにする事で、売り上げが格段に伸びるとわかった。このようなところから、地元で獲れる魚介類を見直し、料理教室などを通じて魚介類を料理することにも関心を持ってもらえれば、水産物の消費拡大につながっていくのではないかと考えている。

これまで私が行ってきた取り組みは、家族を中心とした活動であり、加工会社のような大量生産はできないが、家族の中で率直な意見を出し合うことで、きめ細かな商品開発ができ、生産者の顔が見える安全・安心な製品作りができると考えている。

このような、家族単位の取り組みを一つの単位として、「あじ・彩・感」倶楽部のようなグループを作り、販売活動を行っていければ、個々の漁家の収入の増加のみならず、地域の活性化につながっていくのではないだろうか。

また、漁業後継者不足が深刻な問題となっているが、子供の時から少しでも魚介類に触れる機会を増やし、漁業に対する理解を深めてもらうことも大事である。私自身、子供たちに手伝ってもらうことで、親の職業に対する関心を持ってもらえたのではないかと感じている。

6. 今後の課題や計画と問題点

産直グループの会員数は現在 67 名であるが、農家の割合が多く、漁家は私も含めて 5、6 名のみである。今後もっと多くの漁家に参加してもらい、水産物の販売を盛り上げていければと考えている。

水産物は農産物と異なり、生の状態では鮮度低下が速く、産直などにも出しにくいという欠点がある。このため、加工処理に加えて、原材料の長期保存が可能な冷凍設備を導入した。これにより、今後、商品の安定供給も可能になるのではないかと考えている。

消費者にもっと水産物のこと、漁業のことを知ってもらうために、今後は様々な魚介類を取り上げて、料理教室や体験学習を続けていきたい。また、実際に漁業体験してもらうブルーツーリズムにも取り組んでいきたいと考えている。